

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Experto en Emprendimiento y Gestión de Proyectos de Innovación (Título Propio asociado a Biomedicina)		
Facultad/Escuela:	Ciencias Experimentales		
Asignatura:	Introducción a la Empresa		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	4
Curso:	1	Código:	21210
Periodo docente:	Primer semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	100		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Tomás Gómez Franco	tomas.gomez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Descripción de la arquitectura y entorno básico de una estructura organizativa empresarial, con los elementos que crean valor y los flujos que la mantiene activa y evolutiva en el mercado.
Definición de las áreas funcionales de la empresa y su cohesión en el plan estratégico de negocio.
Visión holística de la organización llevada a la visión sectorial.
Es una visión general del mundo de la empresa, con su estructura fundamental, planteamiento de objetivos, controles y estructuras de comunicación interna y externa, teniendo en cuenta que es un mecanismo compuesto por el conocimiento y el trabajo de las personas que la conforman.

Se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos relativos al mundo de la empresa, desde el punto de vista del emprendimiento.
Es una visión general del mundo de la empresa, con su estructura fundamental, planteamiento de objetivos, controles y estructuras de comunicación interna y externa, teniendo en cuenta que es un mecanismo compuesto por el conocimiento y el trabajo de las personas que la conforman.

OBJETIVO

Se pretende que el alumno sea capaz de reconocer la estructura básica de una empresa en cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño o sector, identificando sus áreas funcionales. Entender cada uno de los objetivos de las áreas funcionales y la importancia de su coordinación y fluidez en la comunicación con el fin de llegar a un mismo objetivo común. Familiarizarse con los conceptos de creación de valor añadido, competitividad, posicionamiento, plan estratégico, márgenes, resultados de explotación, estilos de dirección, y toda la terminología técnica básica utilizada en el área del entorno de la empresa. Mostrar la empresa como una organización humana, en la que la aplicación de la toma de decisiones, su diseño y su estrategia está determinada no sólo por la consecución de resultados, sino por elementos éticos y de responsabilidad social. Que el alumno encuentre en las empresas de su sector una estructura lógica de funcionamiento y orientación al mercado de demanda.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se requieren conocimientos previos necesarios para acceder al grado.

CONTENIDOS

- 1.- Empresa y empresario.
 - 1.1. La empresa como organización.
 - 1.2. La empresa y el sistema económico.
 - 1.3. La responsabilidad social de la empresa.
 - 1.4. Clases de empresas.
 - 1.5. El emprendedor. teorías sobre la empresa.
- 2.- Diseño de la estructura organizativa y comunicación.
 - 2.1. Partes de la organización.
 - 2.2. Mecanismos de coordinación.
 - 2.2. Parámetros de diseño.
 - 2.3. Tipos de estructuras organizativas.
 - 2.4. La organización informal vs. organización formal.
 - 2.5. Funciones empresariales.
- 3.- Área de marketing y ventas.
 - 3.1. El marketing como función empresarial: marketing mix.
 - 3.2. Las 4 Ps del marketing: Política de precios, producto, comunicación, punto de ventas.
 - 3.3. Segmentación de mercados.
 - 3.4. Estimación y previsión de la demanda. Cadenas de Markov.
- 4.- Área funcional de operaciones.
 - 4.1. Elementos productivos.
 - 4.2. El proceso de producción.
 - 4.3. Capacidad de producción.
 - 4.4. Logística: Objetivo de los inventarios, coste de los inventarios, sistemas de control de inventarios.
- 5.- Área funcional financiero-contable.
 - 5.1. Balance de situación.
 - 5.2. Objetivo financiero de la empresa.
 - 5.3. La medida de la rentabilidad. TIR y VAN.
 - 5.4. Equilibrio económico-financiero de la empresa y el fondo de maniobra.
 - 5.5. Ciclo de actividad de la empresa y periodo medio de maduración.
- 6.- Área de recursos humanos.
 - 6.1. Dirección de recursos humanos: concepto, objetivos y actividades.
 - 6.2. Planificación de RRHH.
 - 6.3. Reclutamiento y procesos de selección.
 - 6.4. Determinación de los sistemas de remuneraciones y promoción.
- 7.- Área de sistemas de información.
 - 7.1. Características de la sociedad de la información.
 - 7.2. Dato, información, conocimiento y ruido.
 - 7.3. Características de la información.
 - 7.4. Concepto y elementos de un sistema de información.
 - 7.5. Características de un sistema de información.

- 7.6. Funciones y objetivos del sistema de información.
- 7.7. Clasificación de los sistemas de información.
- 7.8. Sistemas de comunicación y desarrollo de nuevas tecnologías.

8.- Valoración y riesgo.

- 8.1. Tipos de riesgo. Punto muerto.
- 8.2. Incidencia de las ventas sobre el beneficio: Apalancamiento operativo y apalancamiento financiero.
- 8.3. Incidencia de las ventas sobre la rentabilidad.
- 8.4. Probabilidad de insolvencia.

9.- Dirección de empresas.

- 9.1. Liderazgo.
- 9.2. Proceso de toma de decisiones.
- 9.3. Objetivos de la planificación.
- 9.4. Control de la gestión.
- 9.5. El cuadro de mando integral.
- 9.6. El presupuesto.

10.-Plan estratégico de empresa.

- 10.1. Análisis de entorno general.
- 10.2. Análisis de entorno específico.
- 10.3. Análisis DAFO.
- 10.4. Ventaja competitiva.
- 10.5. Plan de marketing.
- 10.6. Plan de operaciones.
- 10.7. Plan de recursos humanos.
- 10.8. Plan económico financiero.
- 10.9. Plan de contingencias.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES PRESENCIALES:

Clases Expositivas: Exposición descriptiva de los conceptos teóricos por parte del profesor, donde los alumnos podrán participar aportando sus puntos de vista o dudas, tanto de forma requerida por el profesor, como de forma espontánea. Se indicará a los estudiantes aquellos recursos más recomendables para la preparación posterior de los temas, con profundidad.

Trabajo en grupo: En determinados temas se conformarán grupos de trabajo en los que, sobre una cuestión concreta, los estudiantes deben llegar a una conclusión conjunta de grupo.

Presentaciones en grupo: En determinados temas, los grupos deberán exponer al resto sus conclusiones y defenderlas frente a posibles dudas o puntos de vista que aporte el resto de compañeros.

Tutoría: Atención individual al alumno para revisar y aclarar dudas sobre los temas presentados en clase. También se orienta al alumno sobre todos los elementos que conforman su proceso de aprendizaje.

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES:

Trabajo en grupo: Estudio práctico, en grupo, sobre una cuestión concreta, a la que se deberá llegar a una conclusión grupal, y que se podrá realizar en el espacio virtual.

Estudio teórico y práctico: Estudio personal del alumno de los conceptos teóricos y prácticos, junto con la resolución de supuestos prácticos propuestos por el profesor.

En la asignatura se desarrollarán las siguientes metodologías:

FLIPPED CLASSROOM: Que mejora el aprendizaje en la relación profesor-alumno y utilizando el tiempo de clase para una mejor interacción profesional de los contenidos teóricos que los alumnos han trabajado previamente través de lecturas, videos u otros instrumentos, adaptándose al ritmo diferente de cada alumno.

APRENDIZAJE COOPERATIVO: los alumnos trabajan objetivos comunes para obtener un mejor rendimiento.

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: el alumno se involucra en el aprendizaje mediante el planteamiento de un problema o situación compleja contextualizada.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
40 horas	60 horas
40 horas 40h	60 horas 60h

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Poder identificar el posicionamiento, grado de madurez y modelo de negocio de una empresa dentro de su sector. Ser capaz de identificar las relaciones entre áreas funcionales y su distribución dentro de una organización, entendiendo un puesto de trabajo como un eslabón necesario y dependiente dentro de una cadena de trabajo. Entender cuáles son las estrategias de marketing y estrategias comerciales que se utilizan para determinar qué producto debe comercializarse y por qué canales.

Comprender cómo se produce un producto y/o servicio con sus limitaciones y ventajas, para que pueda cumplir con la demanda esperada.

El alumno tendrá conocimientos básicos de la estructura financiera de una organización, que le servirán para poder evaluar y tener en cuenta todos los aspectos decisivos en la toma de decisiones estratégica. A la vez entenderá cómo funciona una cuenta de resultados en una empresa.

Darse cuenta del valor de las personas y la importancia del desarrollo del talento dentro de una organización empresarial, siendo capaz de ver cómo se traslada el impacto de estas políticas a la cuenta de resultados.

Valorar el alcance e importancia de las TICs en los modelos de negocio actuales, así como las tendencias que marcarán las estructuras de las organizaciones del futuro.

Distinguir los diversos estilos de dirección y liderazgo dentro de las organizaciones, y cómo se materializan en la toma de decisiones, la motivación y la constitución de equipos de alto rendimiento.

El alumno logrará hacerse una idea de la estructura de las empresas que operan en el sector de la biomedicina, así como su evolución en diferentes zonas geográficas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación puntuará el conocimiento de los conceptos teóricos. La evaluación consistirá:

Un examen final con un peso del 60% sobre la nota final.

Evaluación continua con un peso del 40% sobre la nota final. La evaluación continua consistirá en:

Una prueba parcial: 20%

Elaboración de trabajos en grupo: 15%

Participación en clase y tutorías: 5%

Es necesario alcanzar el 50% de la nota máxima, tanto en la evaluación continua como en el examen final.

La participación activa se puntuará según el aprovechamiento académico del alumno en el aula mediante una distribución tipo Campana de Gauss, cuya máxima puntuación será el máximo sobre el que se fijarán los baremos.

La falta de asistencia con regularidad a clase (de forma presencial o sincrónica), producirá el riesgo para el alumno de perder la evaluación continua.

Los trabajos en grupo se realizarán según las instrucciones dadas en clase en las que se incorporarán mecanismos de trabajo y discusión coordinada con alumnos pertenecientes a otros grupos del mismo grado.

En el caso de impartir la docencia exclusivamente en remoto por razones de seguridad sanitaria se mantiene el sistema de evaluación y la ponderación anteriormente indicada.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, pudiendo ser modificados con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias. En todo caso se mantendrá el sistema de evaluación en caso de confinamiento.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecido en la normativa de evaluación de UFV.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al nº 7 de dicha normativa.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Pérez Gorostegui, E.: "Curso de Introducción a la economía de la empresa". Ed. Ramón Areces. Madrid. 2009.

Minzberg, H. : "La estructuración de las organizaciones". Ed. Planeta. Madrid.1988.

Pérez López, J.A.: "Fundamentos de la dirección de empresas", 6a edición, RIAPL. Madrid. 2010.

Giner de la Fuente, F., Gil Estallo, M.A.: "La organización de empresas. Hacia un modelo de futuro", ESIC.